TECHNIQUES DE SECRETARIAT ET BUREAUTIQUE

Préparer par: Bessa khadidja

1. LES DEFINITIONS DE LA COMMUNICATION

Qu'est-ce qu'une communication ?
Quels sont les acteurs ?
Pourquoi communiquer ?

I/ - DEFINITIONS :

a) – quelques définitions :

. La communication est un processus par lequel un émetteur entre en relation avec un récepteur à qui, il transmet une information.

. La communication s'établit à 2 niveaux : celui du **CONTENU** (l'information transmise) et celui de la **RELATION**. Elle englobe ce qui passe d'un émetteur à un récepteur et ce qui se passe entre-eux dans une situation donnée.

. La communication est une fonction quotidienne.

. « On ne peut pas ne pas communiquer ».

. La communication est partout, démultipliée par les Technologies d'Information et de Communication (**T.I.C.**). Son importance croissante dans nos sociétés constitue un domaine d'analyse en sciences humaines et sociales qui avec son développement a fini par constituer une discipline universitaire. C'est pour cela, que l'on dit que la communication est un lien social. Elle nous sert à échanger avec nos semblables. Tous les secteurs d'activité sont concernés. D'ailleurs, on pense en premier lieu au **secteur de la communication :**

LA CULTURE } les musées, le cinéma, le théâtre

LES MEDIAS } la télévision, la radio, la presse

L’affichage, les entreprises, les organisations avec la publicité, les relations publiques, la gestion des ressources, le commerce… On obtient ainsi les principales catégories d’action de communication.

D’une manière générale, les autres secteurs sont également concernés : exemples :

- la santé,
- l’environnement,
- l’éducation,

dans la mesure où toutes les activités humaines nécessitent pour être réalisées et que se développe un large tissu d’échange. L’ensemble constitue un champ pour la réflexion où se côtoient et parfois s’opposent quelques grands types de communication présentés ci-après :

- **communication de masse** (publicité – politique)
- **communication interpersonnelle** (le face-à-face, la négociation)
- **communication des organisations** (entreprises, institutions, organes politiques)
- **communication documentaire** (cadre journalistique)
- **communication de la défense des grandes causes** (écologie)

2. LES ELEMENTS DE LA COMMUNICATION

De quels éléments parle-t-on ?
Est ce que toutes les communications ont le même contexte ?
Quels sont les interlocuteurs que vous connaissez ?

I/ - INTRODUCTION :

Toute communication est une activité produite dans un contexte. Elle n'est pas absolue mais relative. Elle est « située ». C'est pourquoi, il est nécessaire de décrire les composants d'une situation de communication pour comprendre le fonctionnement de celle-ci.

II/ - Définition De La Situation De Communication :

Une situation de communication est le cadre de référence dans lequel les signes construits par les individus prennent sens.

Une situation de communication a deux (2) dimensions :
TEMPORELLE et SPATIALE
et se compose de tous les éléments pouvant frapper l'entendement des interlocuteurs à savoir :
***les acteurs**
***les objets**
***les circonstances**
***le contexte physique et social**

Exemples :

- un médecin de famille reçoit au cabinet une mère et son enfant malade
- il parle à la mère et à l'enfant **(c'est une situation de communication),**
- ce que le médecin dit **(c'est une information qui participe à l'instauration de la relation entre trois acteurs)**
- le même médecin se rend au domicile de l'enfant malade **(le lieu a changé),**
- la mère est partie travailler **(c'est une autre situation de communication)**

- le même médecin s'adresse au voisin **(c'est une information qui participe à l'instauration d'une relation différente entre deux acteurs).**

III/- Les Interlocuteurs :

La communication s'établit entre des interlocuteurs (émetteurs et récepteurs) individuels ou collectifs.

1/-l'émetteur :

c'est la personne ou l'organisation qui s'exprime,
c'est l'auteur de la communication,
c'est le producteur matériel de l'annonce (ex : journaliste).

Cette dimension de producteur d'information s'accompagne de celle de gestionnaire de la relation. Il est important de savoir qui est l'émetteur car le récepteur peut interpréter différemment l'information transmise. En plus de son identité et de son statut, on distingue plusieurs dimensions de l'émetteur, selon qu'il parle avec **son CŒUR ou sa RAISON.**

2/-le récepteur :

C'est la personne ou l'organisation qui reçoit l'information.

Deux types de récepteurs sont distingués :

Le récepteur effectif : celui qui reçoit l'annonce.
Le récepteur potentiel : celui à qui est destinée l'information mais qui ne peut (par absence ou impossibilité matérielle) ou ne veut la recevoir.

3/-l'émetteur-récepteur à la fois :

Ce sont les individus à la fois émetteurs et récepteurs. Le journaliste canadien J.C.

CLOUTIER a qualifié ces interlocuteurs « EMEREC ». Cette double qualité a conduit à la métaphore du ping pong : l'émetteur et le récepteur se répondent à tour de rôle. On dit que la communication est asynchrone car les échanges se succèdent.

4/-les interlocuteurs collectifs :

*** La communication interpersonnelle :** concerne deux (2) individus ou plusieurs (un émetteur peut parler à un groupe de personnes).

*** La communication organisationnelle :** met en jeu des interlocuteurs collectifs (une entreprise fournisseur communique avec des entreprises clientes). Il convient d'organiser l'ensemble des annonces émises par les différents membres de l'organisation émettrice pour assurer leur cohérence, éviter la cacophonie. De même au niveau de l'organisation réceptrice, convient-il de s'assurer de la compréhension mutuelle des messages reçus et de préparer les réactions.

3. LES CANAUX DE LA COMMUNICATION

Quels canaux de communication connaissez-vous ?
Quels canaux de communication utilisez-vous dans le domaine professionnel ?
Comment choisir ses moyens (ou outils) au bureau ?

Dans l'exercice de son activité professionnelle, tout employé commercial ou administratif est amené à utiliser un certain nombre d'outils. Le choix des moyens est en fonction du canal de communication retenu.

I/- Introduction :

On entend par **canaux**, les outils qu'utilisent les individus ou les entreprises pour diffuser des informations. Pour cela, il faut disposer de moyens de communications permettant la transmission des informations à l'intérieur ou à l'extérieur de l'entreprise.

RETENEZ : **le canal** peut être **oral, écrit, visuel** ou **audio-visuel**.

II/- Moyens De Transmission Directs De La Parole :

1)-le téléphone :

Toute installation téléphonique permet des communications entre les postes :

* soit par le standard (composition par la standardiste),
* ou automatiquement (composition directe d'un numéro).

2)-l'interphone :

Il permet de réaliser des liaisons entre les différents bureaux. Chaque appa-
reil comprend un haut-parleur et des touches de mise en route. Il permet de com-muniquer rapidement en évitant certaines attentes se produisant lors des appels téléphoniques. Les interlocuteurs conservent les mains libres et peuvent se déplacer pendant la conversation mais ne l'utilisent point pour des entretiens confidentiels.

3)-le haut-parleur :

Une installation de sonorisation des locaux permet la diffusion des musiques d'ambiance (ateliers de fabrication, unités de montage…) ou bien la

diffusion de messages à caractère professionnel (ex. : aéroports, grandes surfaces…).

4)-l'appareil-radio :

Portant le nom d'émetteur-récepteur portatif qui permet à deux personnes séparées par une distance de plusieurs kilomètres d'entrer en relation (ex. : avions, chantiers, agents de police…).

III/ – MOYENS DE TRANSMISSION DIFFERES DE LA PAROLE :

La transmission différée de la parole est véhiculée par des appareils enregistreurs de sons au moyen d'un micro. La parole peut être enregistrée sur différents supports (ex. : bandes, cassettes…).

1)-Les magnétophones :

Ces appareils ayant des boutons de commande permettent l'enregistrement (parole, musique…) et l'écoute. Ils sont utilisés dans les entreprises pour des enregistrements divers (conférences, réunions…).

2)-les répondeurs-enregistreurs :

Ils sont reliés à des appareils téléphoniques permettant :

* aux abonnés absents de diffuser un message à leurs correspondants éventuels,
* aux correspondants éventuels de laisser un message pour l'abonné absent.

Il y a des répondeurs simples et d'autres peuvent être consultés à distance.

IV/- MOYENS DE TRANSMISSION DES DOCUMENTS :

A/- A l'intérieur d'une entreprise :

1)-les transports à courroie :

Les objets sont entraînés horizontalement par une courroie : le transporteur à plat est un tapis roulant.

2)-les monte-dossiers :

Ils permettent le transport des documents suivant un tracé vertical avec chargement et déchargement automatiques. Ils sont recommandés dans les immeubles de grande hauteur à usage de bureaux.

3)-les tubes pneumatiques :

Sont des moyens de transport idéal des objets de par la rapidité, la sécurité et l'économie du personnel mais le cout d'installation est très élevé car il atteint plusieurs mètres à l'intérieur d'une même entreprise. Des documents roulés sont placés dans une cartouche ou curseur, un jet d'encre comprimé permet de les chasser en avant.

B/- A l'extérieur d'une entreprise :

1)-les appareils télé-imprimeurs :

Appelés aussi **télex,** ils agissent en émetteurs-récepteurs et permettent la préparation du message. En raison de la rapidité de la transmission du texte, de la sécurité du procédé et de son coût réduit, ces installations se sont développées et généralisées rapidement pour les communications à longue distance. Ces appareils permettent à deux (02) correspondants éloignés de communiquer et de dialoguer par écrit.

2)-les appareils télé-copieurs :

Appelés aussi **téléfax** ou **fax.** Appareils des plus récents fonctionnant avec connexion au téléphone. Ils agissent en quelque sorte en photocopieurs à distance reliant un émetteur et un récepteur équipés chacun d'un télé-copieur pour transmettre des documents (textes ou images) par l'utilisation d'un code. Pour une bonne utilisation, il suffit de bien connaître le mode d'emploi : on doit simplement former le n° du fax de l'entreprise : un déclic est automatiquement établi sans que le
destinataire n'ait à répondre. On place le document à envoyer sur la fenêtre et on appuie sur la touche « départ » (exprimer le nombre d'exemplaire). A la fin de la transmission, un accusé de réception est établi en affichant le n° du fax, date, heure d'envoi, total des pages ainsi que le résultat de l'opération **« bon »** ou à **« refaire »**.

V/-MOYENS DE TRANSMISSION :

1)-le téléviseur à circuit fermé :

Cette installation permet de transmettre des images, soit pour :
*surveiller discrètement les locaux (ex. : banques, rayons de grande surface, alentours d'ambassade, ministères…),
*renseigner des opérateurs éloignés du lieu où se trouve l'information (quais de métro, autoroutes)… .

2/-le rétroprojecteur :

Appareil à usage professionnel qui permet de projeter des textes, des dessins, des schémas… à partir d'un support (document) transparent. Il est utilisé pour illustrer des exposés, animer des conférences, encadrer des sessions de formation…

3/-le projecteur de diapositives :

C'est aussi un appareil à usage professionnel qui permet de projeter des vues fixes. Il est utilisé à des fins de formation ou publicitaires…

4/-le magnétoscope :

Cet appareil permet d'enregistrer et de projeter des images animées.
Il est utilisé dans les actions de formations ou de présentation de l'entreprise et ses produits.

VI/-AUTRES MOYENS DE TRANSMISSION :

A/-Les supports :

Peuvent être **papiers** ou **électroniques** comme moyens servant à matérialiser une information sur :

*le papier
*le carton
*le film
*le livre
*la lettre
*l'affiche
*le magazine
*la bande magnétique
*la disquette
*le flash disk
*le CD…

B/-les médias et le hors-média :

Les professionnels de la communication ont organisé leurs supports en fonction de leurs caractéristiques. Ils ont déterminé les grands types de média en cinq (05) groupes à savoir :

*la télévision
*la radio
*le cinéma } **GRANDS MEDIAS TRADITIONNELS**
*la presse
*l'affichage

et récemment l'internet } **NOUVEAU MEDIA ELECTRONIQUE**

On appelle le hors-média, les autres moyens (prospectus, dépliants publicitaires, salons, foires…).

C/-les terminaux : minitels

Appareils munis de claviers et écrans fonctionnant avec une ligne téléphonique. Ils permettent de consulter des informations à distance, d'envoyer ou de recevoir des messages écrits sur écran. Ils peuvent être connectés à une imprimante .

4. GENERALITES

LES FORMES DE LA COMMUNICATION

Comment communiquent les gens d'une façon générale ?
De quoi est constituée la langue ?
Peut-on s'abstenir de communiquer ?

I/-INTRODUCTION :

Pour exprimer des idées, transmettre des messages, donner des renseignements, en un mot **pour communiquer**, il y a lieu d'utiliser des **mots**, des **phrases** qui sont les **constituants de la langue**.

Pourtant, lorsqu'un individu regarde une autre personne d'une « certaine façon » sans rien lui dire, lui adresse un **signe** qui interprète fort bien un **message**. Pas un mot n'a été prononcé mais le **regard** ou le **geste** a suffit pour signifier un sens.

II/-Formes De Communication :

1)-la forme verbale :

La communication peut revêtir une **forme verbale** : dans ce cas, elle utilise un langage composé de **mots** ou de **phrases**. Le canal de communication peut être **oral**, **écrit** ou **audio-visuel.**

2)-La forme non verbale :

La communication peut aussi revêtir une **forme non verbale** : dans ce cas, elle utilise un langage à base de **gestes** ou de **symboles** : **le canal de communication est alors visuel.**

III/-Exemples De Langages :

A/-Langages "gestuels":

1)-le langage des sourds-muets :

Ce type de langage est combiné par l'emploi de :
* **l'alphabet digital** (utilisation des doigts) et
* **la lecture labiale** (lecture du mouvement des lèvres).

2)-le langage des gestes usuels :

Il englobe les gestes couramment employés par les personnes dont la signification est en principe connue de tous et qui permettent de transmettre des messages courts et simples.

Exemples :
les gestes qui expriment l'action d'avancer, reculer, dormir, arrêter la parole…

B/-Langages «Symboliques» :

1)-le système «braille» :

C'est un système destiné aux aveugles. Il a été élaboré pour permettre aux sujets non-voyants de lire des messages.

2)-le système sténographique:

Englobe les systèmes français les plus connus comme (Prévost-Delaunay) et (Duployé Codifié). Ils sont constitués de symboles qui représentent des sons de voyelles et consonnes. Ils permettent aux utilisateurs (secrétaires, journalistes...) de coder des messages.

3)-le système de panneaux :

Il renferme généralement des panneaux de signalisation (ex. panneaux du code de la route) ou aussi des symboles de consignes d'entretien (ex. symboles du mode d’entretien des textiles)…
Ils peuvent être déchiffrés grâce à un code qui est en principe connu par tous les utilisateurs.

5. LES NIVEAUX ET REGISTRES DE LANGAGE DE LA COMMUNICATION

Qu'est-ce-qu'un langage ?
Utilisez-vous le même langage dans le milieu familial et le milieu professionnel ?
Lorsqu'on exprime un message de colère ou de joie, le ton est-il le même ?
Qu'en pensez-vous de l'ironie, l'irritation ou l'impatience avec les interlocuteurs ?

I/-Définition :

Le langage est un mode d'expression basé sur l'emploi d'un code commun à un groupe de personnes.

Le code est **un ensemble de signes** (**sons**, **gestes**, et **symboles**) chargés d'une signification précise, connue et admise par un groupe de personnes.

I/- Les Niveaux De Langage :

Le niveau de langage correspond au **style**, autrement dit la forme que prend le message. Pour cela, on distingue généralement trois (03) niveaux de langage à savoir :

*le langage relâché
*le langage soutenu
*le langage courant ou usuel

1)-le langage relâché:

Langage décontracté qui se caractérise par des expressions fréquemment incorrectes, phrases inachevées et l'emploi d'interjection (eh!).

RETENEZ : ce langage ne se conçoit pas dans le domaine professionnel.

2)-le langage soutenu :

Langage habillé qui se caractérise par une recherche du vocabulaire, une expression et une bonne connaissance de la langue.

RETENEZ : ce langage poussé à l'extrême (bien perfectionné) peut devenir précieux.

3)-le langage courant :

Langage usuel qui se caractérise par une expression correcte mais sans recherche d'effets littéraires. Le but recherché n'étant pas d'éblouir les interlocuteurs mais de se faire comprendre clairement.

RETENEZ : ce langage se conçoit dans le domaine professionnel et s'adapte selon la profession exercée.

On peut dire que le niveau de langage est défini par rapport **au degré des connaissances** (précision, variété ou richesse du vocabulaire) et **à la maîtrise de la langue** (correction et qualité de l'expression).

Quant au choix du niveau de langage, il est selon les personnes auxquelles on s'adresse et les situations dans lesquelles on se trouve.

III/-Les Registres De Langage:

Si le niveau de langage donne le **style** du message, le registre de langage lui donne le **ton** qui se distingue par l'état d'esprit dans lequel se trouve l'auteur du message au moment de l'élaboration de celui-ci ou selon le sentiment ou l'humeur qu'il désire faire partager au destinataire de la communication. On adoptera **le ton** ou **le registre** de la colère, (pour une plainte, réclamation…), de la joie (pour un remerciement, réussite…), de l'humour (pour des retrouvailles, détente…). Il y a lieu d'éviter en communication professionnelle, l'ironie, l'irritation ou l'impatience qui risquent de heurter les interlocuteurs et compliquer les situations. Les messages professionnels sont exprimés sur un **ton (registre) mesuré** par un choix d’expressions utilisées. Ils ne comportent pas d'expressions affectives.

6. Le comportement valorisant l'entreprise face à l'accueil au téléphone

I/-INTRODUCTION :

Nous utilisons le téléphone depuis l'enfance : il fait partie de notre vie quotidienne. Faut-il en conclure que tout le monde sait téléphoner puisqu'il suffit de décrocher le combiné et composer le numéro. C'est l'outil privilégié de la communication orale dans les entreprises. Là est la difficulté car il devient au bureau un instrument de travail servant à transmettre des informations et le comportement de tout u chacun doit être professionnel à l'égard de ce canal.

II/-L'accueil Au Téléphone :

Imaginons l'époque ou tout se faisait par écrit, il fallait bien au-delà des semaines pour conclure une affaire, là ou quelques heures suffisent aujourd'hui. Les gens pensent se contacter rapidement par téléphone pour demander ou fournir des informations car il est facile de le faire. Le téléphone est un outil familier, certes ! il est encore trop souvent un outil mal utilisé. Donc le premier aspect auquel il faut faire face : c'est l'accueil au téléphone. Cependant, quel que soit l'heure de l'appel, l'état de fatigue ou l'état d'esprit : **la qualité de l'accueil de l'utilisateur** (ex. la secrétaire) **doit être irréprochable.**

On dit que **le téléphone est aveugle** : on ne vous voit pas mais on vous devine. **La voix est l'élément principal de la communication téléphonique** : c'est le véhicule de transmission. Au mot **voix** sont associés des adjectifs qui décrivent une personnalité :

*voix **timide**
*voix **autoritaire**
*voix **chaleureuse**

Avec un peu «d'oreille» et d'attention, on peut modifier le timbre de sa voix. Aussi bien au téléphone que dans une conversation : la voix posée, calme et d'un timbre assez bas est la plus compréhensible. On doit éviter la voix qui fatigue et s'entend mal. L'utilisateur (la secrétaire) peut agir sur les différentes composantes de la voix et ainsi améliorer ses performances d'accueil téléphonique à savoir :

1)-le ton : être toujours sur la même note (ne pas oublier de mettre la ponctuation dans les phrases),

2)-le volume : certains ont des filets de voix difficilement audibles, d'autres hurlent et les gens ont tendance à éloigner l'écouteur de leurs oreilles : adopter plutôt une voix agréable à écouter,

3)-le débit : les gens ont souvent tendance à parler trop vite, le débit ne doit être ni trop vite, ni trop lent,

4)-l’articulation : dès que les mots se bousculent, la prononciation est incorrecte. Il est indispensable d’articuler nettement pour contrôler le débit des paroles prononcées.

Les éléments : ton, volume, débit et articulation rendront certainement la voix dynamique, chaleureuse et aussi la communication plus fluide.

7. L'IDENTIFICATION DU CORRESPONDANT

Comment s'y prendre pour identifier un correspondant ?
Est-il nécessaire de connaitre l'objet de l'appel ?
A quel moment la secrétaire se charge de barrer l'appel ?

I/-Généralités :

La secrétaire doit identifier le nom et l'objet de l'appel et ce n'est qu'à la base de ces données qu'elle jugera utile ou non de suivre l'appel :
-elle trouve elle-même la solution si cela fait partie de ses prérogatives ou
-elle décide de passer l'appel à la personne demandée,
-elle oriente vers une personne de l'entreprise plus apte à fournir la réponse au problème soulevé,
-et il reste en dernier lieu la solution du barrage.

II/-Le Filtrage :

Le filtrage est une phase incontournable après l'accueil d'une communication téléphonique.

1er filtrage : connaitre le nom

Généralement le correspondant qui appelle précise son nom et celui de l'entreprise. S'il ne le fait pas, la secrétaire se chargera d'obtenir ces renseignements de la manière la plus adroite.

Exemples :

*«vous êtes qui ?»
*«c'est de la part de qui ? »
*«qui parle ? »
*«c'est qui ?»

formules à ne pas employer

*vous êtes Mme …

formule correcte

2ème filtrage : connaître l'objet de l'appel

Après le nom, la secrétaire doit connaître l'objet de l'appel (motif du message). En effet, c'est son rôle d'orienter la communication.

III/-Le Barrage :

Prendre connaissance du nom du correspondant et de l'objet de l'appel mais ne pas transmettre la communication sachant que le type d'appel n'est pas accepté dans l'entreprise.

Exemple :

Appel provenant d'une société qui fournit des matériels informatiques alors que l'établissement récepteur est branché sur une autre activité. Dans ce cas, il est inutile de mentir et d'inventer à chaque fois de nouveaux prétextes, la secrétaire ferait mieux d'être ferme et peut user de la formule suivante proposée

à titre d’exemple : « j’ai bien noté vos coordonnées et le message. Le patron vous rappellera lui-même s’il souhaite donner une suite à votre offre. Il est inutile de nous rappeler.

8. LA RESTITUTION D'UN MESSAGE ET LE CHOIX CORRECT DE L'INTERLOCUTEUR

Comment prendre en charge une communication téléphonique ?
Comment transmettre un appel téléphonique ?
Pourquoi noter les messages téléphoniques ?
Les utilisateurs du téléphone ont divers comportements, lesquels ?
Vous est-il arrivé de vouloir raccrocher le téléphone « au nez » d'un interlocuteur ?

I/- Le Traitement De La Communication

1/-Prendre en charge l'appel :

Très souvent, l'émetteur demande à parler à un responsable alors que la secrétaire peut traiter l'appel en satisfaisant le besoin du demandeur. Elle peut donc le rassurer et lui montrer qu'elle connaît son dossier.

Exemples :

- « Je consulte mon écran et vous donne exactement votre position ».
- « J'ai les nouveaux tarifs et peux vous les communiquer ».

2/-Transmettre l'appel :

Dès que la secrétaire est au courant de l'objet de l'appel, elle détermine à l'interlocuteur qu'elle va transmettre la communication à son patron ou tout simplement que ce dernier attendait son appel.

Exemples :

-« Je vous le passe »
-« Je vous passe le service ». } au correspondant
-« Un instant, je vous mets en communication avec Mr...»

- « Je vous transmets l'appel de Mr...(**emetteur**) concernant… » (**objet**). } au patron

3/-Prendre le message :

Il est vrai que la prise du message est une opération répétitive autant de fois dans la journée car il se trouve que le patron n'est pas à son bureau ou il ne veut pas être dérangé et vous demande de prendre les messages. Au moment de la prise, la secrétaire peut rassurer l'émetteur en reformulant chaque information importante. Cette technique le rassure de plus en plus que son message n'a pas été déformé et il est meilleur de dire en fin d'entretien et à titre d'exemple :

« Je lui transmets dès son retour, vous pouvez compter sur moi ».

En plus des points-clés du message, ne manquez pas de noter le jour et l'heure de l'appel sur l'imprimé pré-conçu (fiche téléphonique) : cela pourrait vous servir de référence, de lien ou de suivi lors d'un futur appel.

4/-Faire épeler un nom propre ou un nom de société :

Des difficultés peuvent être rencontrées dans certaines communications téléphoniques qui empêchent la secrétaire de saisir aisément tel ou tel nom pour les raisons suivantes :
- la ligne est mauvaise (il y a des parasites),
- le nom de l'émetteur est compliqué,
- l'interlocuteur parle trop vite.

En usant de son tact, cette dernière demandera à faire épeler le nom avec diplomatie tout en évitant certaines formules.

Exemples :

-« Parlez plus fort ! »
-« Vous répétez » } formules à ne pas employer car elles
-« Parlez moins vite » interprètent un ordre

Elle ne doit pas laisser entendre à son correspondant que c'est de sa faute si elle n'a pas pu noter comme il se doit son nom, c'est meilleur de dire :

Exemple :

-« Pouvez-vous m'épeler votre nom s.v.p. afin que je le note ».

5/-Préparer l'appel :

Il a été traité jusqu'ici les appels en réception (appels entrants). La secrétaire peut appeler des correspondants pour le compte du patron afin de transmettre ou demander des informations. Il lui arrive souvent d'appeler pour diffuser plusieurs points mais se rappelle qu'elle a oublié tel ou tel point après avoir raccroché. De ce fait, elle se sent obligée de rappeler la personne (déranger une autre fois) en la priant de l'excuser d'avoir oublié de dire… Donc une telle situation prouve que l'appel doit être préparé avant de le lancer à savoir :

- réfléchir à ce qu'il y a lieu de dire,
- noter les points à vouloir aborder,
- penser à mettre à portée de la main les outils nécessaires (agenda, stylo, annuaire),

A retenir :

La secrétaire doit refléter l'image d'un interlocuteur organisé.

II/- L'interlocuteur Fait Face Aux Situations Difficiles :

Dans le milieu professionnel en général, les utilisateurs du téléphone s'efforcent de créer une image de marque très positive : ils veillent sans cesse de développer des liens entre les individus qui **certains d'entre-eux** sont des **bavards** et des **hésitants**, d'autres des **silencieux**, des **agressifs**…
Devant cette diversité dans le comportement, **la secrétaire doit faire preuve de professionnalisme.**

Confrontant ce genre de situation, la secrétaire aimerait pouvoir raccrocher le téléphone « au nez » du correspondant ou bien transmettre la communication à son supérieur pour voir comment il s'en tirerait dans une situation aussi difficile créée avec une catégorie d'émetteurs bavards, silencieux…

1/-les bavards :

Avec eux, la secrétaire a envie de poser le combiné et d'attendre la fin. Ils tournent autour du sujet et ont du mal à venir au fait. Elle doit maîtriser la communication en leur évitant de s'égarer dans de longues explications et limiter le champ des réponses. **Elle est amenée quelquefois à leur couper la parole pour introduire des questions.**

2/-les silencieux et les hésitants :

Avec cette catégorie, il faut faire preuve de patience pour obtenir des renseignements. Ce type d'émetteurs limite les réponses par « oui » ou « non »

et ne donnent pas d'explication supplémentaire**. La secrétaire doit user de savoir-faire pour les faire exprimer.**

3/-les agressifs :

Quelle est la personne parmi nous qui n'a pas subi une agressivité injustifiée au téléphone ? **Malheureusement si.**

Il existe deux (2) sortes d'agressivité :

* **la première** : s'illustre par la grossièreté, ce n'est pas la peine de passer par « quatre chemins », c'est simple ! raccrocher explication. L'émetteur verra ainsi que sa technique ne fonctionne pas et que la secrétaire ne se laisse pas impressionner. **Il se calmera de lui-même et vous rappellera de manière moins agressive.**

*** la deuxième :** (la plus fréquente) s'illustre par des reproches abusifs adressés sans raison à la secrétaire. En général, l'interlocuteur parle vite et fort ce qui peut créer parfois un incident opposant les deux parties d'où le contrôle de soi devient difficile et c'est souvent l'origine du débordement. Le récepteur écoute intégralement sans interrompre, note les faits reprochés et une fois l'expression terminée**, la secrétaire prend la parole en usant d'une voix calme pour témoigner de la compréhension.**

Exemples :

- reformuler les faits
- suggérer une solution

Ces étapes prouvent que la secrétaire diplomate sait mettre en sécurité ou en confiance l'interlocuteur agressif et peut employer à la fin de l'entretien : « vous pouvez compter sur moi ».

II/- L'interlocuteur Fait Face Aux Situations Difficiles :

Dans le milieu professionnel en général, les utilisateurs du téléphone s'efforcent de créer une image de marque très positive : ils veillent sans cesse de développer des liens entre les individus qui **certains d'entre-eux** sont des **bavards** et des **hésitants**, d'autres des **silencieux**, des **agressifs**…
Devant cette diversité dans le comportement, **la secrétaire doit faire preuve de professionnalisme.**

Confrontant ce genre de situation, la secrétaire aimerait pouvoir raccrocher le téléphone « au nez » du correspondant ou bien transmettre la communication à son supérieur pour voir comment il s'en tirerait dans une situation aussi difficile créée avec une catégorie d'émetteurs bavards, silencieux…

1/-les bavards :

Avec eux, la secrétaire a envie de poser le combiné et d'attendre la fin. Ils tournent autour du sujet et ont du mal à venir au fait. Elle doit maîtriser la communication en leur évitant de s'égarer dans de longues explications et limiter le champ des réponses. **Elle est amenée quelquefois à leur couper la parole pour introduire des questions.**

2/-les silencieux et les hésitants :

Avec cette catégorie, il faut faire preuve de patience pour obtenir des renseignements. Ce type d'émetteurs limite les réponses par « oui » ou « non » et ne donnent pas d'explication supplémentaire**. La secrétaire doit user de savoir-faire pour les faire exprimer.**

3/-les agressifs :

Quelle est la personne parmi nous qui n'a pas subi une agressivité injustifiée au téléphone ? **Malheureusement si.**

Il existe deux (2) sortes d'agressivité :

* **la première** : s'illustre par la grossièreté, ce n'est pas la peine de passer par « quatre chemins », c'est simple ! raccrocher explication. L'émetteur verra ainsi que sa technique ne fonctionne pas et que la secrétaire ne se laisse pas impressionner. **Il se calmera de lui-même et vous rappellera de manière moins agressive.**

*** la deuxième :** (la plus fréquente) s'illustre par des reproches abusifs adressés sans raison à la secrétaire. En général, l'interlocuteur parle vite et fort ce qui peut créer parfois un incident opposant les deux parties d'où le contrôle de soi devient difficile et c'est souvent l'origine du débordement. Le récepteur écoute intégralement sans interrompre, note les faits reprochés et une fois l'expression terminée, **la secrétaire prend la parole en usant d'une voix calme pour témoigner de la compréhension.**

Exemples :
- reformuler les faits
- suggérer une solution

Ces étapes prouvent que la secrétaire diplomate sait mettre en sécurité ou en confiance l'interlocuteur agressif et peut employer à la fin de l'entretien : « vous pouvez compter sur moi ».

Le professionnalisme de la secrétaire sera reconnu par la maîtrise de la situation

III/-L'interlocuteur Est Un Répondeur Ou Une Boite Vocale :

Le message d'accueil à travers cet appareil est l'image sonore du dynamisme de l'entreprise ou l'inverse. Le message enregistré peut plaire comme il peut surprendre. Si la secrétaire décroche son appareil et l'interlocuteur branche une boîte vocale c'est bien pour qu'elle puisse laisser son message. Elle donne :
*son nom ou celui de l'entreprise,
*date et heure d'appel,
*message sans détail ainsi que le n° de téléphone où elle pourrait être rappelée.

9. L'ACCUEIL DES VISITEURS DANS L'ENTREPRISE

Quels types de visiteurs connaissez-vous ?
Comment les accueillir ?
Que faut-il pour améliorer l'accueil ?

DEFINITION :
Accueillir : manière de recevoir quelqu'un et de se comporter avec lui.(1)

I/-INTRODUCTION :

L'accueil est dans beaucoup d'entreprises une fonction spécifique assignée à une catégorie de personnels comme :
*les hôtesses,
*les standardistes,
*les réceptionnistes,
*les appariteurs,
*les agents d'accueil…
Ils sont affectés en général dans un lieu spécifique appelé communément « bureau d'accueil » ou « bureau de réception ».
Ils ont pour rôle l'accueil des clients ou visiteurs et doivent écouter, renseigner guider… ou orienter toute personne qui s'adresse à l'entreprise. Par eux, transitent aussi bien la communication, l'information que l'action commerciale ou administrative.
Toutefois, l'accueil n'est pas seulement l'affaire de l'hôtesse ou de l'agent de réception : il est l'affaire de tous car il traduit la communication et l'information que l'image de marque de l'entreprise pour laquelle ils exercent.
Il est aussi l'affaire de la secrétaire qui a pour mission d'accueillir ses clients sans pour autant se permettre de perdre son temps à bavarder inutilement avec eux car elle a d'autres choses à faire : l'essentiel c'est d'être efficace.
Il est vrai qu'il faut être efficace mais pas au détriment des clients.

Il est à noter que la secrétaire doit accorder de l'importance aux premières minutes qui, pour certaines ne paraissent pas toujours importantes et pourtant celles-ci donnent la première impression, la première preuve de qualité ou non qualité des services attendus : ces premières minutes dans lesquelles s'instaure un climat de sympathie ou d'antipathie. Un climat de confiance s'établirait ou non en fonction de son comportement au moment de la réception du visiteur. Elle doit prendre le temps qu'il faut pour établir le contact de façon positive grâce aux mots qu'elle emploie et à l'attitude qu'elle combine entre le **regard** et le **gestuel.**

***Dans la conversation, le **regard** est capital.
*Dans l'attitude, le **gestuel** est naturel.

La secrétaire peut se servir de ses mains pour appuyer ce qu'elle dit (indiquer une direction, désigner un document…) et elle ne se croise pas les bras lorsqu'elle converse avec l'interlocuteur qui atterrit au secrétariat généralement demandeur d'un renseignement, d'un document ou autre…

Quel que soit l'objet de sa visite, il a besoin d'être valorisé et rassuré surtout s'il s'agit d'un visiteur externe : il arrive avec ses inquiétudes, ses soucis et aussi ses espoirs. Il attend d'être écouté et compris.

Ce n'est pas simple car les gens qu'elle reçoit ne se ressemblent pas : il y a ceux qui sont exigeants ou pressés ; d'autres conversent de façon floue ou n'emploient pas les bons termes. Devant ces différentes situations, elle doit faire preuve de patience et de compréhension. Elle saura favoriser le dialogue et pousser l'autre à s'exprimer davantage grâce à son efficacité : elle lui fera éviter des erreurs de compréhension et des pertes de temps en usant d'un langage simple et précis pour fluidifier sa communication.

Son intelligence, tact et savoir-faire la poussent à faire preuve d'un accueil de qualité.

L'accueil est sans cesse présent dans le métier d'une secrétaire : savoir écouter, comprendre, se montrer disponible …lui feront valoir une crédibilité.

A chaque fois qu'elle reçoit des personnes, elle ne manquera pas de penser qu'elle représente la firme ou l'institution qui l'emploie.

10. LA COMMUNICATION DANS L'ENTREPRISE

LA COMMUNICATION ECRITE

NOTIONS GENERALES DE LETTRES – LE PROTOCOLE EPISTOLAIRE

Qu'appelle-t-on une lettre ?
Les lettres ont-elles les mêmes dispositions ?
Quelles présentations de lettres connaissez-vous ?

COMPETENCES A ATTEINDRE :

Etre capable de citer les connaissances essentielles de la lettre et de définir le protocole épistolaire

I/-Généralités :

1/- La présentation :

Une lettre est en général l'image de la maison qui l'envoie car l'aspect peut influencer heureusement ou fâcheusement ceux qui la reçoivent. Il y a là un moyen de publicité efficace et peu onéreux que les maisons bien avisées ne négligent pas.

Soyez attentif à la présentation de la lettre :

Que penseriez-vous d'un représentant qui viendrait vous voir dans une tenue négligée ? Votre lettre est aussi un messager, elle doit être soignée d'une frappe (saisie) impeccable. Si elle est écrite à la main, qu'elle soit nette et parfaitement lisible. Que l'orthographe soit irréprochable. (1)

2/-La rédaction :

Vous souhaitez, bien entendu, que votre lettre soit lue avec beaucoup d'attention, qu'elle atteigne le but fixé. Pour cela, il faut qu'elle soit :

***ordonnée :** ce qui nécessite au préalable **un plan** (les idées doivent se succéder dans un ordre logique et non au hasard de votre inspiration),

***claire :** ce qui nécessite, là aussi l'intervention **des règles de style** (vocabulaire technique ou général, phrases simples et bien construites, unité et nette distinction des paragraphes et enfin la ponctuation. (2)

3/-Les conditions psychologiques du destinataire :

Pour cela, placez-vous toujours dans l'optique du lecteur : le correspondant soucieux de ses propres intérêts, est sensible à ce qui touche sa personne et son affaire. Demandez-vous quels seront les effets produits par une phrase, un détail et même un silence sur certains points. Cherchez ce qui peut décider à l'action, ce qui peut émouvoir ou aussi faire plaisir. (3)

4/-La qualité :

La qualité et la beauté du papier utilisé, l'en-tête imprimé avec goût, avec élégance même sont évidemment souhaitables mais de telles éléments ne peuvent s'harmoniser qu'avec un texte bien composé et agréablement disposé, donnent l'impression de correction et de soin ce qui contribue d'ailleurs à créer la confiance.

5/-La duplication :

La nécessité de plus en plus impérieuse de saisir (contacter) par écrit un grand nombre de clients ou correspondants accorde à la duplication une importance dans le travail de bureau sachant que certains travaux doivent être tirés en plusieurs exemplaires. Pour cela, il est nécessaire que le cliché soit établi avec beaucoup d'attention.

II/-Définition du protocole épistolaire :

Un protocole épistolaire est un élément formel de la correspondance professionnelle qui répond à des normes de présentation et de rédaction pour lettres et courriels. Lors de la rédaction d'un courriel, le rédacteur doit veiller à respecter le protocole épistolaire et les règles de la nétiquette (règle informelle puis une charte qui définit les règles de conduite et politesse recommandées sur les premiers médias de communication mis à disposition par internet.(4)

Il est entendu que chaque type de disposition, que nous allons étudier cas par cas, va obéir à ses propres normes.

III/-La Disposition Du Texte :

Les modes de disposition et les méthodes de travail que nous allons préconiser doivent être appliqués avec rigueur. Le seul moyen de bien faire consiste à arrêter le choix de la disposition de la lettre en fonction de son contenu.

Les principes généraux développés dans la présentation pourront s'appliquer aisément à tous les types de lettres.

Cependant, il faut être capable de s'adapter aux modes de disposition que, pour des raisons particulières ou propres à l'entreprise, un chef peut préférer.

1/-Modes de dispositions :

En général, les modes de disposition fréquemment utilisés dans les travaux de bureau sont variés et portent essentiellement sur les présentations suivantes :

- la disposition de la lettre commerciale ou normalisée
- la disposition de la lettre classique,
- la disposition de la lettre administrative,
- la disposition de la lettre « à l'américaine »,
- la disposition de la lettre officielle ou diplomatique.

(1) – (2) et (3) ouvrage de correspondance commerciale
Albert Holveck – Raymond Frély – Yvette Blard
Editions Delagrave 1989
(4) – site http://fr.wikipedia.org/wiki/protocole épistolaire
même site pour l'explication du mot « netiquette »

11. COMMUNICATION DANS L'ENTREPRISE
COMMUNICATION ECRITE

Les différentes présentations de la lettre (suite)
Qu'est-ce qu'une lettre « à l'américaine » ?
Où est généralement pratiquée la disposition américaine ?
Quelle particularité peut avoir une lettre officielle ?

la lettre « a l'Américaine »

I/-Généralités :

La disposition à l'américaine peut être adoptée à tous types de documents sans tenir compte du contenu. Elle n'obéit pas aux règles de format comme pour les autres lettres étudiées précédemment.

a/- le ton de la lettre :

Le ton du courrier reste subtilement différencié selon la situation du rédacteur vis à vis du correspondant : s'agit-il de donner une information, de justifier un point de vue, de faire une réclamation ou d'exiger une prestation ? Le plus souvent, le ton du courrier est neutre et modéré. Une difficulté est d'éviter une tonalité inutilement agressive, même si l'on rédige une lettre de réclamation ou une lettre de rappel. **(1)**

b/-Le style de la lettre :

La correspondance professionnelle est concise et toujours courtoise, ne contenant que les informations intéressant le destinataire, qu'il s'agisse d'une lettre de remerciement ou d'une lettre de résiliation. La rédaction s'apparente souvent à un "exercice de style". Comment améliorer la qualité du courrier ? Quelques principes simples :

1/- employer des phrases courtes,
2/-varier la construction des phrases,
3/- utiliser les tournures formelles du courrier. **(2)**

c/-Le choix de la formule de politesse :

Un courrier se termine traditionnellement par une formule de politesse. **(3)** Quelques propositions sont à consulter dans le même site.

(1)-(2)-(3) **http://www.maildesigner.com/style-lettre .htm**

II/- Ce Qui Est Exige

1/-Alignement général sur la marge gauche :

Cet alignement à gauche doit s'appliquer à tous les éléments de la lettre à l'exception de la ***date*** et le ***bloc-signature***, autrement dit :

*de l'expéditeur de la lettre jusqu'à la fin du texte ⟶ présentation à gauche
*la date et le bloc-signature ⟶ présentation à droite

On peut penser que l'alignement en question s'impose à gauche à tous les Eléments de la lettre. Les alinéas sont retirés à tous les paragraphes.

2/-Application des règles dactylographiques :

L'obligation est faite quant à l'application des règles d'emploi des signes de ponctuation, des symboles…

II/-Ce Qui N'est Pas Exige :

Par rapport à la lettre normalisée (commerciale), **la lettre disposée « à l'américaine »** fait disparaître les obligations de zones et d'emplacements fixes des différents éléments de la correspondance dont l'ordre était rigoureusement précisé.

L'usager est libre de choisir les marges et de fixer l'emplacement des mentions suivantes :

*la date
*l'expéditeur
*la suscription
*la référence
*l'objet
*le texte
*le bloc-signature
*les pièces jointes

Il résulte de ce qui précède qu'il est possible de concevoir une disposition « à l'américaine » répondant aux obligations imposées et tenant

compte du goût et de l'équilibre dans la présentation. Toutefois, des marges harmonisées sont bonnes à vous suggérer.

Ci-joint modèle de lettre disposée « à l'américaine » en fin de séquence (figure n°1).

Exemples :

***haut et bas : 2,5cm**
***gauche : 3,5cm**
***droite : 1,5cm**

La lettre officielle ou diplomatique :

I/-GENERALITES :

Dans la correspondance officielle ou diplomatique, un protocole épistolaire répond à un certain nombre de règles générales dictées notamment par la coutume internationale.

L'objectif recherché étant celui de donner aux destinataires d'une correspondance, les marques de distinction auxquelles ils ont droit.

Il est entendu que dans chaque pays, le style et la forme varieront en fonction des usages locaux et de la langue. Ces règles locales déterminent en premier lieu la forme des messages échangées entre une représentation diplomatique ou consulaire et les autorités nationales ou locales ainsi qu'entres autorités et personnes privées.

Dans chaque représentation diplomatique, on fera le nécessaire afin que tous les membres par la matière puissent rédiger leur correspondance dans le respect des usages en vigueur dans le pays hôte.

L'importance du respect du protocole épistolaire est soulignée sans exception par tous les experts du protocole.

A titre d'exemple : **Jean Serres** a écrit dans son **manuel pratique de protocole** : il est du devoir des agents d'apporter la plus grande attention à l'observation de ces règles qui donnent à ces rapports la dignité et la correction indispensables.

C'est une des matières dans lesquelles on peut dire que la forme a souvent autant d'importance que le fond.

L’expéditeur d’une correspondance, qu’elle soit officielle ou non doit accorder toute sa vigilance sur l’exactitude de l’orthographe, des mentions du destinataire, des formules de courtoisie.

En règle générale, les lettres officielles et les notes sont rédigées dans la Langue de l’expéditeur. Dans les cas où il est notoire que la langue de l'expéditeur n'est pas comprise par le destinataire, l'expéditeur aura l'obligeance d'y joindre une traduction non officielle.

Dans certains pays, on recourt à l’usage d’une 3^{ième} langue (par ex. l’anglais) pour les communications entre les missions diplomatiques et le Ministère des affaires Etrangères.

Les éléments constitutifs d’un protocole épistolaire se rapportent aux mentions de l’en-tête/réclame, la date, la vedette, l’appel, le traitement, la formule de salutation/courtoisie, la signature.

REMARQUE : il vous a été présenté dans ce qui précède des notions générales sur la lettre officielle ou diplomatique donc il vous est suggéré d’entreprendre des recherches personnelles pour s’imprégner des techniques de rédaction et de présentation.

12. Organisation administrative aperçu sur le secrétariat (définition et rôle)

Qu'est-ce qu'un secrétariat ?
Comment est remplie la fonction d'un secrétariat ?
Comment sont organisées les tâches de la secrétaire ?

I/-Définition d'un secrétariat :

Le mot secrétariat peut avoir une double signification à laquelle on s'intéresse :

-la personne qui exerce le métier de secrétaire, je dirai qu'il s'agit d'une fonction sous l'autorité d'un responsable hiérarchique,

-le lieu ou le bureau en tant que structure, je dirai qu'il s'agit d'un interface entre les différentes structures de l'entreprise ou cette dernière avec l'extérieur.

Donc le secrétariat est un pivot considéré comme le point de passage obligé de toutes les informations d'un service ou d'une direction donnée de l'entreprise. Il est un pivot vital dans l'accomplissement des tâches de la secrétaire.

II/-Rôle d'un secrétariat :

De manière générale, le secrétariat doit répondre à des besoins précis. Il contribue au déroulement harmonieux de toutes les opérations allant de l'accueil, la gestion, le traitement de l'information, l'organisation de réunions ou séminaires, le classement, l'archivage…

Le secrétariat prend en charge également certaines tâches spécifiques reliées directement au service ou à la direction auquel il est rattaché.

Le rôle de tout secrétariat est déterminé en fonction de l'importance des tâches qu'il doit accomplir.

Donc en fait, le rôle de tout secrétariat qui se veut **efficace** et **rentable** est étroitement lié aux moyens matériels dont il peut disposer pour assurer une meilleure maîtrise du poste. S'il prend de l'importance, il doit être organisé en conséquence.

Il y va de soi que le secrétariat d'un haut responsable est plus étoffé que celui d'un simple chef de service. Ce rôle doit être non seulement bien exercé de par ses tâches simples que complexes mais aussi nécessite des qualités physiques et morales car en fait le métier de secrétaire constitue l'interface immédiat de l'entreprise avec le monde extérieur.

III/- Les qualités physiques :

A/-L'attitude physique :

-nous n'avons qu'à regarder autour nous, il y a des secrétaires affaissées, elles donnent l'impression de fatigue et de découragement, quel que soit leur âge, elles paraissent vieilles,

-il y en a d'autres qui sont toujours pressées, bousculent tout le monde, entrent et sortent en coup de vent, claquent les portes, commencent mille choses à la fois : ce sont des excitées continuelles,

-il y en a enfin d'autres qui ont l'allure décidée, le corps droit, l'œil vif et le geste précis. Elles effectuent leurs travaux sans bruit et sans histoire. Les gens ont de la sympathie pour elles.

La bonne attitude physique, tant souhaitée auprès de nos secrétaires, quel que soit le grade et l'ancienneté, a une énorme importance pour la santé. Sachant la variété et la complexité des travaux de secrétariat, il y a forcément découlement de fatigue, mauvaises positions, stress… donc attention aux mauvaises habitudes.

B/-La voix :

-la voix doit refléter l'intérêt que peut porter la secrétaire à son visiteur ou à la personne avec qui elle s'entretient au téléphone,

-une voix qui n'est pas chaleureuse est sans expression : elle donne une sensation d'indifférence et d'inattention.

Quant à la manière de parler, il est bien évident que la secrétaire ne doit pas mâcher ses mots ni débiter son intervention à une allure très rapide.

C/-La manière de s'habiller :

-la secrétaire doit éviter une tenue extravagante qui dénature sa personnalité : autrement dit le choix fixé de cette dernière épouse en bien ou en mal sa personne,

-les vêtements doivent être choisis pour répondre à tous les cas,

-pour l'humeur des autres, il est préférable de porter des chaussures silencieuses et pour l'humeur de soi, il convient de porter des chaussures confortables.

La recherche avec soin de vêtements caractérisés par le goût et la simplicité ne sera pas fortuite.

D/-La coiffure :

-la secrétaire adopte de préférence une coiffure facile à faire qui reste en ordre toute la journée sans recours à la glace et au peigne à tout instant,

-aussi bien comme la coiffure, le maquillage doit refléter une touche de simplicité et de discrétion pour donner l'apparence du naturel. Le soin des mains ne doit pas être négligé (les ongles ne doivent pas être longs car le micro et le classement les cassent forcément.

La simplicité et la discrétion sont de rigueur dans le look de la secrétaire.

IV/-Les Qualités Professionnelles :

Au débutantes dans la carrière, je n'insisterai jamais assez sur les qualités professionnelles qui demeurent fondamentales pour elles.

A celles qui ont « fait du chemin » ne pensent pas qu'elles ont atteint le top des connaissances générales et techniques : modestement un manque quelque part est à pallier.

Pour être futures bonnes secrétaires, elles doivent veiller sans cesse à progresser. Par ex. savoir organiser leur temps pour se créer des moments de lecture de livres, revues, journaux… pour perfectionner leurs styles et enrichir leurs vocabulaires. Des revues techniques sont à conseiller pour développer le jargon spécialisé et acquérir de nouvelles performances.

V/-Les qualités morales :

Quoiqu'il soit commenté sur cet aspect, ce n'est jamais dit assez. Ce n'est ni par chance ni par intrigue que l'on arrive au bout de la réussite, je dirai bien au-delà.

En règle générale, le secrétariat est principalement géré par une secrétaire qui, en plus des fonctions classiques, l'organise autant que ses compétences acquièrent davantage de nouvelles technologies. Il ne lui suffit pas d'être à la pointe des connaissances professionnelles si ces dernières ne sont pas couronnées de valeurs morales que je résume essentiellement dans ce qui suit :

*un amour certain pour son travail,
*un esprit d'entraide,
*une certaine intelligence,
*un tact et diplomatie,
*un sens de responsabilité,
*un esprit d'initiative,
*un langage bien fourni et ordonné,
*une éducation,
*une patience,
*une honnêteté,
*une discrétion,
*une bonne mémoire,
*une attention,
*un esprit ordonné,
*une conscience professionnelle.

Dans l'ensemble, un environnement professionnel bien structuré permet au personnel de fournir un rendement optimal.

14. Organisation administrative le cadre de travail

Qu’est-ce-qu’un cadre de travail ?
Que faut-il pour agencer une entreprise ?
Comment décorer son espace professionnel ?

I/-introduction :

L'aménagement de l'espace professionnel cherche à satisfaire à la fois les exigences d'efficacité et de rentabilité des entreprises et les aspirations (attentes) de l'homme au travail. Pour cela, toute entreprise offre à son personnel des conditions favorables visant un cadre agréable à un travail de réflexion, une communication facile…

Ii/-Problèmes de l’environnement :

Pour stimuler l'effort, il faut veiller aux problèmes de l'environnement :

a)- le bruit :

Le bruit est une nuisance responsable des fatigues nerveuses. L'emploi de matériaux spéciaux dans l'insonorisation des plafonds, murs et sols pourrait atténuer les bruits extérieurs (bruits de machines, sonnerie de tél…),

b)-l'éclairage :

L’éclairage trop fort ou trop faible dans le bureau fatigue la vue. Le meilleur doit être conçu,

c)-la couleur et la décoration :

La couleur sobre des murs, plafonds… des locaux de l’entreprise n’est point un détail à négliger aussi bien que la décoration qui n’est plus une simple question de fantaisie.

L'entreprise n'est plus seulement un espace de production de biens et de services. Elle devient de plus en plus un lieu de vie professionnel dans lequel le personnel doit s'épanouir et la clientèle se sentir à son aise. Le cadre doit être à la fois convivial, confortable et apporter un bien-être à tous ceux qui s'y retrouvent. Elle est, en outre, le moyen de véhiculer une image de marque aux différents publics qui visitent les locaux. Le choix du mobilier, la création d'ambiance, l'architecture intérieure, l'agencement des espaces, les plantes vertes ainsi que les visuels contribuent au bien-être en interne et à l'affirmation d'une identité. Outre le confort, l'aménagement doit être pensé en fonction des valeurs de l'entreprise et de sa communication d'image. Que vous ayez une vision

traditionnelle, contemporaine, dynamique, avant-gardiste ou de haute technologie de votre activité, différents supports vous permettent de créer les différents espaces de travail.

Les études récentes révèlent que la productivité est accrue lorsque les employés apprécient leurs locaux. Tout comme le mobilier, la décoration d'entreprise prend une place essentielle dans l'aménagement de l'environnement professionnel. Elle est le reflet de l'état d'esprit de la structure et doit être repensée tous les cinq ans en moyenne. (1)

d)-l'hygiène et la sécurité :

Il convient de prévoir au minimum une surface de 10 m² et un volume d'air de 10 m³ par personne. Les sanitaires doivent être en nombre suffisant (en moyenne un cabinet / toilette pour 12 personnes).

L'entreprise doit installer tous les moyens de protection contre les risques d'incendie et autre. Les mesures de sécurité doivent répondre à des normes strictes (nature de matériaux, largeur des escaliers, extincteurs, système d'alarme…).

III/-Installation Des Locaux :

Une étude technique est nécessaire avant l'installation d'une entreprise étant elle-même un ensemble de locaux dont la répartition entre les différents services et leurs personnels doit tenir compte des considérations suivantes :

*la liaison des services entre-eux prend acte de :
-la liaison hiérarchique,
-la circulation des documents, informations…

*l'affectation des locaux se fait en fonction du nombre d'occupants et la surface du lieu disponible pour la conception :
-du bureau individuel (1 personne – ex. bureau de responsable),
-du bureau collectif (2 à 5 personnes – ex. pool dactylographique).

IV/-Espace Fonctionnel :

L'aménagement de l'espace fonctionnel vise sans cesse à satisfaire les aspirations professionnelles de l'homme : il faudra lui trouver un espace adapté. Le choix de celui-ci est déterminé par les exigences du poste de travail par rapport à certains critères à savoir :

*communiquer rapidement entre les individus d'un même groupe,
*s'isoler pour se concentrer et exercer des tâches de création ou de réflexion,
*opter pour un lieu pour mieux contrôler des activités…

Il existe différentes présentations de l'espace fonctionnel :

a)-bureaux traditionnels :

Les postes de travail sont séparés par des cloisons (murs) en dur. Ils favorisent la tranquilité, l'indépendance, le repliement sur soi…(ex. siège d'une entreprise).

b)-bureaux paysagés :

Les postes sont répartis sur de vastes surfaces divisées en petites unités avec des cloisons basses destinées pour un ensemble de personnes (ex. agence de banque).

V/-poste de travail :

Le poste de travail peut avoir plusieurs concepts :

-emplacement où s'effectue une phase dans l'exécution du travail,
-centre d'activité comprenant tout ce qui est nécessaire (machine, outillage…) à l'exécution d'un travail défini.
Le poste de travail est identifié selon les critères, les tâches, la classification, la rémunération…

VI/-Ameublement :

Le mobilier doit s'adapter aux besoins de l'utilisateur et selon la nature du poste. Il est conçu de façon à accroître le rendement avec un minimum de fatigue. Pour cela, les fabricants, s'efforcent sans cesse de renouveler l'esthétique du mobilier et améliorer le confort du personnel. Le mobilier de bureau a une gamme très enrichie en matériau, design, variété…

Nous citons quelques mobiliers à titre d'exemples :

***bureaux :** bureau ministre, bureau semi ministre (78 cm de hauteur),
***sièges :** fauteuil de direction, fauteuil visiteur, chaise dactylo,
***armoires :** métalliques ou bois avec portes vitrées ou aveugles servant au classement, conservation et protection des documents…

-http://www.navimag-pro.com

Sources à consulter :

***http://fr.wikipedia.org/wiki/Protocole_épistolaire#Fonction_dans_la_correspondanceofficielle_ou_diplomatique**

***Manuel Pratique de Protocole, XIe édition, Editions de la Bièvre, Courbevoie, 2010, 478 p.**

***Guide du Protocole et des usages, Paris, Editions Stock, 1993, 641 p.**

***Manuel de pratique diplomatique Bruylant, Bruxelles, 1972, 41**